**Щербініна Юлія Сергіївна. Формування інформаційного ринку в перехідній економічній системі: дисертація канд. екон. наук: 08.01.01 / Харківський національний ун-т ім. В.Н.Каразіна. - Х., 2003**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Щербініна Ю. С. Формування інформаційного ринку в перехідній економічній системі. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.01.01 – економічна теорія. Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2003.  Обґрунтовано двоїстість ролі інформації як виробничого ресурсу в умовах формування інформаційного суспільства. Систематизовано переваги діяльності інформаційних підприємств, які забезпечують сталість їх довгострокової економічної динаміки в перехідній економіці.  Доведено, що переважними механізмами структурної організації інформаційного ринку є монополістична та олігополістична конкуренція. Виявлено та розкрито дві головні форми соціально-інформаційної нерівності в сучасних умовах – зовнішня та внутрішня. Систематизовано і розкрито головні особливості становлення інформаційного ринку в перехідній економіці.  Визначено основні напрямки формування інформаційного ринку та запропоновано першочергові заходи щодо створення належних умов для формування сучасного інформаційного ринку в Україні. | |
| |  | | --- | | 1. Інформація – одна з пріоритетних філософських категорій. З точки зору економічної теорії, інформація розглядається перш за все як продукт, який в умовах товарного виробництва перетворюється на товар у матеріальній або нематеріальній формах.  2. Дія ринкового механізму на інформаційному ринку проявляється у взаємодії попиту (форма вираження потреби суспільства в інформації) і пропозиції (інформаційна продукція, яка наявна на ринку та/або у будь-який час може бути на нього доставлена). Інформаційний ринок одночасно може бути одним із товарних і ресурсних ринків.  Щодо ресурсного, то його особливістю, порівняно з товарним, є обмеженість попиту інформації виробничою технологією, попитом на кінцевий продукт, вартістю ресурсів. На пропозицію інформації впливає мета діяльності інформаційного підприємства – отримання прибутку, воно буде займатися інформаційною діяльністю, поки ця діяльність приноситиме прибуток.  3. Найхарактернішими для ринкової економіки варіантами ринкових форм інформаційного ринку, суб’єкти якого – інформаційні підприємства, є монополістична та олігополістична конкуренція. На діяльність інформаційного підприємства впливають чинники його внутрішнього і зовнішнього середовищ, залежно від дії яких обирається власна стратегія поведінки.  4. Інформатизація суспільства як закономірний, глобальний процес розвитку цивілізації стає передумовою формування інформаційного суспільства. Основний фактор інформатизації суспільства – розвинутий інформаційний ринок.  5. Фактором, що гарантує стабільну перевагу певної країни на світовому ринку, є володіння новітніми технологіями, тобто системою інноваційно-ресурсних процедур створення нових продуктів і процесів.  6. Головними особливостями становлення інформаційного ринку в перехідній економіці є: найбільш динамічні темпи зростання порівняно з іншими ринками; визначальний вплив на динаміку всієї національної економіки, її ринкове реформування та інтеграцію до світової економіки; низький рівень структурованості; надмірна політизованість механізму державного регулювання. Вони визначають як його потенційні можливості, так і обмеження для ефективного розвитку.  7. Формування інформаційного ринку в Україні повинне здійснюватись з урахуванням як світового досвіду, так і особливостей соціально-економічної ситуації в країні (неефективна структура економіки, наявність сильних інституційних обмежень для розвитку ринкових механізмів та ринкової поведінки суб’єктів інформаційних відносин, розвиток суперечливих тенденцій всередині самого процесу інформатизації, неефективність нормативно-правового регулювання інформаційної сфери внаслідок переважання неформальних механізмів взаємодії учасників інформаційного ринку та слабкості держави). | |